

UNE PAGE QUI VEND

UNE PAGE QUI VEND

UNE PAGE QUI VEND



*Les Etapes Indispensables
Pour Ecrire Vos Pages De Vente*

Avis légal

Bien que tout ai été entrepris pour vérifier l'exactitude des informations fournies dans cette publication, l'auteur et l'éditeur déclinent toutes responsabilités pour les erreurs, omissions, ou interprétations erronées du sujet traité dans cet ebook.

Cette publication n'est pas destinée à être utilisée comme source de droit, d'affaires, de carrière et de conseils psychologique.

L'auteur et l'éditeur déclinent toutes responsabilités pour tout dommage ou toute perte subie par la mauvaise interprétation de ces informations. Toutes les informations doivent être soigneusement étudiées, réfléchies et clairement comprises avant d'entreprendre toute action fondée sur le contenu cet ebook. Les utilisateurs sont invités à demander l'avis de personnes compétentes pour déterminer si les informations contenues dans ce document leurs sont appropriés.

L'auteur et l'éditeur n'assume aucune responsabilité au nom de l'acheteur ou le lecteur de cet ebook. L'acheteur ou le lecteur de la présente publication assume l'entière responsabilité de l'utilisation de ces informations.

Toute ressemblance avec une quelconque personne ou organisation est pure coïncidence.

Offert par :

www.librairie-en-ligne.org



www.librairieenligne.biz



En possédant cet ebook, vous disposez également des droits de vente et diffusion, à condition de ne rien changer au contenu, vous pouvez le vendre ou distribuer gratuitement

Les Etapes Indispensables Pour Ecrire Vos Pages De Vente.

UNE PAGE QUI VEND

Vous avez travaillé dur pour obtenir du trafic sur votre site.

Vous avez placé des annonces et écrit des articles qui vous ont rapporté un bon nombre de visiteurs, vous obtenez du trafic des principaux moteurs de recherche, mais vous vous demandez toujours pourquoi vos ventes ne s'envolent pas.

Vous savez que vous avez un bon produit ou service, alors quel est le problème?

Eh bien, il se pourrait que ce soit la page de vente sur votre site web.

Beaucoup trop souvent, je vois les mêmes erreurs site après site.

Ici vous allez apprendre une méthode appelé **A.I.D.A**

A comme **A**ttention

I comme **I**ntérêt

D comme **D**ésir

A comme **A**ction

Jetons un œil aux 10 étapes de la rédaction d'une bonne page de vente et voyez combien vous en avez intégré à vos propres pages de ventes.

1) L'ATTENTION

Vous devez saisir l'attention du visiteur immédiatement avec votre titre.

Si dans les 2 secondes vous n'avez pas capté l'attention du visiteur, il s'en va et vous le perdez à jamais.

OUI! 2 secondes, ce sont les statistiques!

Combien de pages de vente avez-vous vu commencer par des expressions telles que:

**"Merci de visité mon site web.
Ici vous trouverez quelques bons produits, BLAH
BLAH BLAH!"**

Bye

bye

visiteur!!

Le titre de votre site doit convaincre le visiteur, il doit l'inciter à vouloir en savoir plus.

Par exemple:

" Le Mystère..."

" Comment Vous Pouvez Aussi..."

" Découvrez Le Secret..."

" La Vérité Révélée..."

Mettez toujours votre titre entre guillemets.

Je ne vais pas vous dire ce que vous devez mettre comme titre, il doit être adapté à votre produit, mais si vous ne disposez pas d'un titre "tueur", la reste n'intéressera pas votre visiteur.

2) L'INTERET

Une fois avec votre titre "tueur", vous avez réussi à convaincre le visiteur sceptique qu'ils a besoin de continuer à lire, vous devez commencer à susciter en

UNE PAGE QUI VEND

lui l'intérêt pour votre produit ou service, comment il va bénéficier des avantages de votre produit ou service.

Faites une liste des bénéfices à votre visiteur, expliquez lui la façon dont il va tirer profit de votre produit ou service.

Servez-vous de bullets comme dans l'exemple ci-dessous:

- ▶ *Supprimer les contraintes ...*
- ▶ *Effacer tous les doutes ...*
- ▶ *Dites que vous allez révéler des secrets ...*
- ▶ *Faites rêver le visiteur ...*

Ne jamais parler de vous, vous devez vous concentrer sur les avantages et bénéfices que votre produit peut offrir à votre visiteur.

3) CONSTRUCTION ET CREDIBILITE

Jusqu'ici tout va bien, vous ne l'avez pas encore perdu.

Maintenant, arrive une étape plus difficile.

Jusqu'à cette étape, vous avez réussi à capter l'attention de votre visiteur et susciter en lui l'intérêt pour votre produit ou service, mais maintenant, vous devez prouver ce que vous avez écrit.

C'est là où vous devez insérer des témoignages. N'importe lequel des témoignages que vous utilisez doivent être 100% authentique.

4) PROUVEZ LA CREDIBILITE

Je vous recommande de toujours utiliser dans le témoignage, le vrai nom de la personne, la ville etc.

Les témoignages où figurent seulement les initiales sont toujours interprétés sceptiquement, car personne ne sait vraiment s'ils sont réels ou fictifs.

Demandez aux personnes qui vous donnent leurs témoignages, s'il est possible d'utiliser l'une de leurs véritables adresses e.mail dans le témoignage. De cette façon, vos visiteurs savent qu'ils peuvent s'adresser à cette personne pour vérifier l'authenticité du témoignage.

J'ai donné un certain nombre de témoignages depuis des années et j'ai toujours permis que mon adresse e-mail soit utilisée. J'ai également reçu un certain nombre de demandes de personnes souhaitant vérifier si mon témoignage était réel. Quelques-uns d'entre eux sont aussi devenus mes clients.

5) CONSTRUIRE LA CREDIBILITE

Assurez-vous dans cette étape que votre offre est claire, si possible avec garantie de remboursement, à savoir qu'une longue garantie n'augmente pas les demandes de remboursement, elle les réduit.

Faites comprendre à votre client potentiel que vous êtes à 100% derrière ce que vous vendez et que s'il a un problème ou s'il n'est pas satisfait, vous êtes là pour l'aider ou le rembourser.

Ne le faites pas chercher après votre adresse e.mail ou vos coordonnées. Inscrivez visiblement comment ils peuvent vous joindre en cas de problèmes.

Ne vantez pas vos revenus financiers, si vous ne

UNE PAGE QUI VEND

pouvez pas les prouver. Si vous ne gagnez pas 500€ par jour avec un produit, ne dites pas que vous les gagnez, ça n'est tout simplement pas crédible.

6) DESIR

Apprenez à jouer avec la crainte et l'émotion du visiteur. Utilisez une simple déclaration comme ceci:

"Vous pouvez continuer à vivre pendant les 20 prochaines années comme vous vivez actuellement, ça n'est pas mon problème, cela ne m'affectera en rien, mais si vous êtes désireux de changer votre vie, il suffit de cliquer sur le bouton et vous serez sur le chemin d'un nouveau début."

Vous envoyez un éclair émotionnel. Si votre visiteur est allé si loin sur votre page de vente, c'est qu'il porte vraisemblablement un intérêt à votre produit ou service, presser les touches émotionnelles peut être la seule chose qui vous fera conclure cette vente.

7) RARETE

Les offres limitées fonctionnent bien depuis bons nombres d'années et l'utiliser sur un site web n'est pas différents.

Dire au visiteur que lorsqu'il quittera votre page de vente, il ne reverra plus le produit ou le prix spécial, a tendance à créer un sentiment d'urgence. S'il n'achète pas maintenant, il n'aura pas d'autre opportunité.

Il peut être intéressé, mais vous avez besoin de convaincre le visiteur toujours sceptique que s'il ne passe pas à l'action maintenant, votre offre spéciale

fera partie du passé.

8) ACTION

Tout doit être très clair à ce niveau, si votre bouton "ACHETER" redirige vers une page "commande", c'est la même chose, votre acheteur potentiel ne doit se sentir perdu ou confus à aucun moment. Votre acheteur doit toujours être informé sur ce qui va se passé une fois qu'il aura cliqué sur un bouton.

EX: *"Il vous suffit de cliquer ici pour être redirigé vers notre page de paiement sécurisé"*

9) MAINTENANT

Outre les touches émotionnelles de votre visiteur que vous avez pressé dans l'étape 8, vous devez encore passer à l'urgence. Vous devez le convaincre qu'il le doit à lui-même, qu'il n'a plus besoin de se battre, qu'il est en train de lire la solution qu'il recherche, etc. C'est un peu la cerise sur le gâteau.

10) POST-SCRIPTUM

Toujours terminer par un **PS**, voir **PPS**, etc.

Vous pouvez réaffirmer ce que vous avez écrit dans l'étape 7, tout en reformulant de façon différente, lui rappeler les détails de votre offre, Etc.

Vous pouvez aussi lui rappeler les bénéfices de votre produit ou service de l'étape 2.

UNE PAGE QUI VEND

Vous pouvez également utiliser le PS pour préciser que s'il agit maintenant, il aura droit à un ou plusieurs bonus et commencez à les énumérer.

Si possible, remplacez un bouton de paiement.

En dessous de chaque bouton de paiement, n'oubliez pas de préciser la façon dont le client sera livré.

11) FAIRE CONNAITRE VOTRE PAGE DE VENTE

Une des étapes importantes, la dernière, faire connaître sa page de vente, donc produits ou services afin d'attirer des visiteurs, je vous donne ici deux astuces gratuites et efficaces.

Le référencement manuel gratuit, un outil pratique, la liste d'annuaire présente sur le portail web no1 en francophonie est www.portail-annonces.com francophone, deuxième bon plan passez des petites annonces, comme avec www.annonces.fr-ch.net recevez ainsi des visiteurs ciblés, gratuitement.

Enfin, découvrez tous les secrets de la publicité internet et la régie publicitaire low cost, www.lapubliciteinternet.com

www.portail-annonces.com/referencementgratuit.aspx



UNE PAGE QUI VEND



www.librairieenligne.biz/boostertrafic.aspx

Si vous suivez ces 11 étapes, vous avez à peu près les grandes lignes de la façon dont certains des meilleurs copywriters du monde ont transformés de gens ordinaires en millionnaires.

N'oubliez pas qu'attirer le visiteur sur votre page de vente n'est que le début.

Une fois qu'il est sur votre page de vente, mieux vaut savoir comment faire pour qu'il devienne votre client.

Bonne Réussite



Edité par : www.editions-ebooks.com